

RigiPlus AG

c/o Rigi-Kulm Hotel

6410 Rigi Kulm

Telefon 041 850 92 92

Medienbulletin, 08.10.12

RigiPlus AG

Der Geschäftsleiter ist bestimmt

An seiner ersten Sitzung vom 26. September 2012 hat der Verwaltungsrat der kürzlich gegründeten Marketingunternehmung RigiPlus AG den 29jährigen Christian Haueter zum Geschäftsleiter gewählt.

Der gebürtige Adelbodner Christian Haueter wird ab Januar 2013 Geschäftsleiter der RigiPlus AG. Er arbeitete die letzten sechs Jahre bei Luzern Tourismus im Marketing und Sales, beziehungsweise in der Abteilung Kommunikation und PR. Zuvor war er bei einem Reiseveranstalter in Fort Lauderdale/USA sowie bei Zermatt Tourismus tätig. Der diplomierte Tourismusfachmann HF absolvierte zudem ein Zusatzstudium in Betriebswirtschaft mit Vertiefungsrichtung Kommunikation und Marketing an der Hochschule Luzern. Der offizielle Arbeitsbeginn ist am 1. Januar 2013, wobei er wichtige Termine wie Strategieplanung bereits in den nächsten Wochen tageweise für die Rigi wahrnimmt. Wir wünschen dem Tourismusfachmann viel Freunde und Erfolg in der neuen Aufgabe.



Am 21. August 2012 haben die folgenden Firmen die RigiPlus AG mit Sitz auf Rigi Kulm gegründet: Aqua-Spa-Resorts Development & Management AG; Hotel Rigi Kaltbad GmbH; Luftseilbahn Küssnacht – Seebodenalp AG; Luftseilbahn Obergeschwend – Rigi-Burgleist AG; RIGI BAHNEN AG; Rigi Kulm-Hotel AG; Rigi-Scheidegg AG. Das Aktienkapital beträgt Fr. 100'000.- und ist zu 100% einbezahlt. Zudem haben bereits gegen ein Dutzend weitere touristische Leistungsträger Aktien gezeichnet. Die RigiPlus AG ist eine private Gesellschaft. Die Aktionäre haben sich zudem verpflichtet, während den nächsten vier Jahren Beiträge für das gemeinsame Rigi-Marketing zur Verfügung zu stellen. Der Betrag liegt pro Jahr bei gegen Fr. 600'000.- und steigt mit der Beteiligung weiterer Aktionäre. Die Tourist-Information Rigi Kaltbad wird in die neue RigiPlus AG integriert, und Luzern Tourismus AG wird sich finanziell entsprechend beteiligen. Bei der touristischen Vermarktung ist die Luzern Tourismus AG (LTAG) zudem ein wichtiger Partner der RigiPlus AG. Die LTAG hat zudem seit mehreren Jahren eine Leistungsvereinbarung mit Schwyz Tourismus, so dass ein koordiniertes und wirkungsvolles Rigi-Marketing gewährleistet ist.

Ein breit abgestützter Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat der RigiPlus AG ist breit abgestützt und vertritt verschiedene Kreise, Organisationen und Betriebe:

- Josef Odermatt, Verwaltungsratspräsident RigiPlus AG, Geschäftsleiter rumar+partner GmbH, Küssnacht, (Vertreter von Luzern Tourismus AG und Schwyz Tourismus);

- Sebi Lüönd, Verwaltungsratsvizepräsident RigiPlus AG, stv. Direktor F&C und Mitglied der Geschäftsleitung der GARAVENTA AG, Gersau (Vertreter der Bahnen an der Rigi);
- Paul Annen, Technischer Leiter, Immensee (Vertreter der Bahnen an der Rigi);
- Roger Bernet, Geschäftsleiter Aqua-Spa-Resorts AG/Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad, Schafisheim (Vertreter des neuen Bades in Rigi Kaltbad);
- Renate Käppeli-Item, Hôtelière Rigi-Kulm Hotel (Vertreterin der Hotels);
- Franztoni Kennel, Äpler Chäserenholz, Arth (Vertreter der Korporationen und Alp-Bewirtschaftern);
- Andreas Kümin, Direktor Hotel Rigi Kaltbad, Rigi Kaltbad (Vertreter der Hotels);
- Peter Pfenniger, Direktor Rigi-Bahnen, Vitznau (Vertreter der RIGI BAHNEN AG).

Organisation und Vermarktung der Rigi nach innen und nach aussen

Die Rigi als meistbesuchter Berg der Schweiz (600'000 Besucher/-innen) soll ihrem Ruf als Königin der Berge wieder gerecht werden. Sie soll durch Qualität und Innovation in eine wirtschaftlich erfolgreiche Zukunft geführt werden. Die Rigi hat grundsätzlich ein gutes Image, verfügt über eine intakte Natur und bietet einen grossen Erholungsraum für Alt und Jung der Seinesgleichen sucht. Das Angebot am Berg ist gross: Über 30 Hotels, Restaurants, Alp- und Berghütten mit rund 275 Zimmern, über 600 Betten sowie rund 1'500 Innen- und 2'000 Aussen-Restaurationsplätzen.

Die Marke Rigi hat aber noch weiteres Potential, welches die RigiPlus AG gemeinsam stärken will. Konkret werden Marketinggelder der einzelnen Gesellschaften gepoolt und vereinigt für das Rigi-Marketing eingesetzt. Es entstand ein umfassender Businessplan mit klaren strategischen Zielen:

- Inszenierung des Berges als Ganzes zur Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit;
- Verbesserung der Qualität und Wertschöpfung auf der Rigi;
- Einheitliche Wahrnehmung der Wünsche des Gastes;
- Anbieterübergreifende Angebotsbündelung und Vermarktung;
- Etablierung einer geschlossenen Dienstleistungskette;
- Sicherung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit der Leistungsträger auf und um die Rigi;
- Erhöhung der Wertschöpfung durch wiederkehrende Gäste;
- Nachhaltige und achtsame Auslastung der gesamten Infrastruktur, gemäss dem Leitbild RigiPlus und dadurch Erzielung einer Verbesserung der Investitionsfähigkeit aller Akteure;
- Gezielte Vermarktung der bestehenden und neuen Angebote und Erzielung des grösstmöglichen „Rigi-Nutzens“;
- Koordinierte Interessenvertretung gegenüber Dritten in der Funktion eines Partner-Managements (Behörden, Tour Operator, Destinationsvermarktung, etc.).

Die neue Gesellschaft wird auch eine Partnerkoordination übernehmen. Diese besteht insbesondere als Hilfe- und Koordinationsstelle für bestehende Organisationen, Gesellschaften, Firmen und die Gemeinden. Entsprechend wird die RigiPlus AG auch intensiven Kontakt pflegen zu allen bestehenden Hotels, Restaurants, touristischen Leistungsträgern sowie den Korporationen und auch der Pro Rigi, der IG Rigi und der Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte GAST. Wichtig ist für die RigiPlus AG, dass die bestehenden und neuen Angebote gut vermarktet und genutzt werden und die Kundschaft den grösstmöglichen „Rigi-Nutzen“ hat.

Das gemeinsame Rigi-Billett ab 9. Dezember 2012

Obwohl die operative Arbeit der neuen RigiPlus AG erst auf Anfang 2013 beginnt, werden bereits jetzt Vorarbeiten geleistet durch die Rigi-Bahnen und die Tourismusorganisationen Luzern Tourismus AG und Schwyz Tourismus. Es geht insbesondere darum, die gemeinsamen Rigi-Produkte rechtzeitig auf die Promotions- und Messesaison bereit zu stellen und zu lancieren. Entsprechend sind momentan diverse Imprime wie Prospekte, Broschüre, Flyer und Plakate in Vorbereitung. Weiter wird auch an einer neuen Rigi-Internetseite gearbeitet. Fachleute machen sich auch intensiv Gedanken, wie ein neuer Brand bzw. ein Corporate Identity für die Rigi aussehen wird.

Bereits dieses Jahr kommt ein erstes Vernetzungsprodukt auf den Markt: Ein kinderfreundliches Rigi-Billett für alle neun Bahnen. Die sechs Bahnen an der Rigi (RIGI BAHNEN AG mit Bahnen ab Goldau,

Vitznau und Weggis, Kräbel – Scheidegg, Obergeschwend – Burggeist, Küssnacht – Seebodenalp, Vitznau – Hinterbergen, Vitznau – Wissifluh und Brunnen – Urmiberg) haben beschlossen, auf den Fahrplanwechsel vom 9. Dezember 2012 ein einheitliches RigiPlus-Billett herauszugeben. Es gibt drei Zonen, in denen das entsprechende Billett auf allen Bahnen Gültigkeit hat.

- **RigiPlus-Billett Zone 1 (Hinterbergen, Wissifluh, Urmiberg, Burggeist, Seebodenalp): Fr. 24.-**
- **RigiPlus-Billett Zone 2 (Zone 1 plus Scheidegg, Kaltbad, Staffelhöhe, Klösterli, Wölfertschen): Fr. 51.-**
- **RigiPlus-Billett Zone 3 (Zone 1 und Zone 2 plus Staffel und Kulm): Fr. 69.-**

Bei Personen mit einem RigiPlus-Billett haben ein oder mehrere Kinder bis 16. Jahre nichts zu bezahlen. Das neue Produkt ist entstanden aufgrund der regelmässigen Zusammenkünfte der Verantwortlichen aller neun Bahnen. Das RigiPlus-Billet ist ein erster Entscheid für eine „ganzheitliche Rigi“ – neunmal Rigi mit einem Billett! Zudem will die Rigi ihr Image als kinder- und familienfreundlichen Berg festigen und verstärken.

Für weitere Informationen: Josef Odermatt, 079 340 77 51